

<<第一流的汽车营销：精典案例>>

图书基本信息

书名：<<第一流的汽车营销：精典案例全接触>>

13位ISBN编号：9787711110402

10位ISBN编号：7711110405

出版时间：2002-10-1

出版时间：机械工业出版社

作者：杨利强,邢何明,威文

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<第一流的汽车营销：精典案例>>

内容概要

汽车行业是一个颇具魅力的行业，它造就了数不清的名牌。

在我国，汽车市场也日益火爆。

如何能在激烈的竞争中脱颖而出，这不仅要依靠自身的品质与实力，更重要的还在于对汽车进行有效的营销活动。

如何进行汽车市场调查及预测？

如何塑造富有行销力的品牌？

如何进行形象设计？

如何开展汽车公关活动？

如何策划与运作成功的促销？

如何在汽车企业导入并实施CRM？

这一系列的问题都将在书中找到答案。

本书以案例的形式揭示了车企业“打天下”的成功经验，并以专论的方式进行了系统的总结与归纳。

想赢得“汽车战”胜利的经营者，不可不读！

<<第一流的汽车营销：精典案例>>

书籍目录

导言：“普桑”——市场常青树的秘诀

第一章 市场调查：汽车营销决策的利器

案例：别克轿车的市场调研实务

案例：汽车制造商如何操作市场调查

第二章 汽车营销战如何打

案例一：丰田大打“营销战”

案例二：大众汽车——中国汽车市场最大赢家

案例三：通用汽车——两头并进

案例四：福特汽车——不甘入后

案例五：戴姆勒-克莱斯勒公司的“中国”策略

案例六：法国标致雪铁龙——颇费周折的市场争夺

案例七：日本汽车公司——奋起直追

小档案：世界汽车角逐中国市场

专论一：如何赢得汽车营销战

专论二：中国汽车的冷思考

第三章 塑造富于行销力的品牌

案例：宝马——运作品牌的“大腕”

专论一：如何定位出有竞争性的卖点

专论二：如何塑造富有行销力的品牌识别

第四章 汽车形象营销白金法则

案例：奔驰形象独行天下

小档案：奔驰的诞生

专论：企业形象的白金法则

第五章 创造汽车品牌的“常青树”

案例：别了，奥兹莫比尔

小档案：奥兹莫比尔大事记

专论：再定位的再青春

第六章 展现汽车公关的魅力

案例：别克赛欧上市“SHOW”

专论：系统公关才是正点

第七章 促销！

促销！

——提升业绩的利器

第八章 打出汽车业的服务牌

第九章 走进客户心——CRM的实施

第十章 无“网”不胜——汽车业的销售体系

第十一章 走进大规模定制的世界

第十二章 汽车零部件供应商的营销

第十三章 车到“关”前：WTO与中国汽车营销

附录 我国汽车工业发展“十五”规划

<<第一流的汽车营销：精典案例>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>